

BAB IV

STRATEGI KREATIF

IV.1 Konsep Visual

IV.1.1 Warna

Warna yang dimunculkan oleh Puri Maerakaca Taman Wisata Budaya Jawa Tengah yaitu warna oranye, disesuaikan dengan target pula, yang mempresentasikan kesan *fun*, *energetic*, bersahabat, optimis, *sociable*, terpelihara, nyaman, kekreativitasan, dan menarik perhatian. Warna turunan yang digunakan yaitu warna yang lebih cerah dan kalem, sehingga memberikan kesan yang semangat dan enak dipandang sesuai dengan citra yang diperlihatkan. Background yang dimunculkan dalam poster menggunakan fotografi yang diambil dengan dokumen sendiri.

IV.1.2 Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan dalam perancangan ini adalah huruf San Serif yaitu BERLIN SANS FB, CICLE, dan lettering menggunakan tulisan tangan. Menggunakan lettering dalam poster karena lettering sedang marak di kota Semarang saat ini, dan banyak komunitas lettering pula yang disukai oleh anak-anak muda.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3
4 5 6 7 8 9 : " ()**

Jenis Tipografi **BERLIN SANS FB**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5
6 7 8 9 : " ()

Jenis Tipografi CICLE

IV.1.3 Logo

IV.1.3.1 Logo Utama

Logo Puri Maerakaca Taman Wisata Budaya Jawa Tengah yang dirancang terdiri dari logogram dan logotype.

IV.1.3.1.1 Logogram

Logogram Puri Maerakaca Taman Wisata Jawa Tengah merupakan kesatuan 2 elemen bentuk yang merupakan penyederhanaan dari beberapa bentuk rumah adat yang ada di Puri Maerakaca, daun tanaman Mangrove, dan lingkaran yang mengikuti bentuk.

Konsep logo yang akan dimunculkan yaitu karena ada kata PURI yang mencerminkan rumah atau istana atau keraton, rumah yang dimaksud adalah rumah adat yang ada di Puri Maerakaca, Joglo melambangkan rumah yang agung, atap tertinggi. Rumah adalah penyeimbang atau menyeimbangkan hal-hal yang ada dalam kehidupan. Rumah merupakan bentuk visual tertinggi yang mempresentasikan nilai-nilai kehidupan budaya Jawa. Terdapat juga lingkaran yang artinya keagungan, melambangkan ketaatan kepada Tuhan yang Maha Kuasa. Juga merupakan bentuk keseimbangan yang mirip nilai yang ada dalam filosofi Jawa, serta Daun Mangrove yang artinya hidup dan tumbuh. Mendorong untuk tetap tumbuh, hidup, dan berkembang dengan semangat dan energi, serta memberikan keteduhan. Trekking Mangrove juga salah satu wisata yang ada dalam Puri Maerakaca yang tak jarang dikunjungi pula.

IV.1.3.1.2 Logotype

Font yang digunakan pada logotype yaitu jenis BERLIN SANS FB dan CICLE, memberikan kesan Modern, Akrab, Efisien, dan Kontemporer, serta mudah dibaca.

IV.1.3.1.3 Warna

Warna yang digunakan dalam logogram menggunakan 2 jenis warna oranye yang melambangkan kehangatan, *fun*, *energetic*, bersahabat, optimis, *sociable*, terpelihara, nyaman, kekreativitasan, dan menarik perhatian. Sedangkan warna yang digunakan dalam logotype pada kata TAMAN WISATA JAWA TENGAH menggunakan warna hitam karena hitam itu netral dan bisa di aplikasikan ke produk-produk turunan yang akan dihasilkan.

IV.2 Konsep Verbal

IV.2.1 Konsep Perancangan Branding Puri Maerakaca Taman Wisata Budaya Jawa Tengah

Perancangan ini disesuaikan dengan konsep yang sudah dirancang dengan memperhatikan target yang dituju. Setiap media yang dibuat dalam berbagai tahapan dalam AISAS, memiliki tujuan yang berbeda sesuai dengan tahapan. Berbagai macam desain yang berbeda pula sehingga diharapkan dapat menarik masyarakat, tetapi tidak terlepas pula dari konsep yang telah dirancang.

IV.2.2 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan rebranding ini menggunakan bahasa kekinian (bahasa yang dimengerti pada masa sekarang). Bahasa yang digunakan yaitu tetap menggunakan bahasa Indonesia dan campuran bahasa Jawa yang fun, dan tetap bisa dimengerti oleh target yang dituju.

Pada poster tahap Kognisi, bahasa yang digunakan yaitu “Dolan Puri Maerakaca Kuy!” yang sifatnya persuasif atau ajakan. Karena Dolan dalam bahasa Jawa artinya Main, dan diistilahkan dengan aktifitas apa saja yang bisa dilakukan di tempat wisata Puri Maerakaca ini, misalnya makan, foto, atau nongkrong, dan lain-lain. “Kuy” merupakan Bahasa yang sedang “trend” pada jaman ini yang artinya “Yuk”, hanya penulisan yang dibalik saja. Saat ini di social media Instagram, sebanyak 58.200 *posting* yang

menggunakan *hashtag* “Kuy”, ini berarti sudah banyak orang yang mengerti bahasa ini.

Pada poster tahap Afeksi, bahasa yang digunakan yaitu “Ayok Selfie di Puri Maerakaca”. Selfie yang istilah pada jaman sekarang artinya foto diri sendiri. Karena menurut observasi dan pengamatan yang dilakukan di Puri Maerakaca kebanyakan pengunjung yang datang pasti melakukan aktifitas Selfie ini.

Pada poster tahap *Changing Behavior*, Bahasa yang digunakan yaitu “Sunset tambah Asyik di Puri Maerakaca” yang juga didukung dengan visual fotografi yang sedang menunjukkan sunset dan orang-orang yang sedang foto asik di Puri Maerakaca, tetapi juga tidak lupa adanya visual rumah adat yang terpampang disana untuk menunjukkan ciri khas dari Puri Maerakaca ini.

IV.3 Visualisasi Desain

IV.3.1 Graphic Standart Manual

IV.3.1.1 Logo



Gambar 4.1 Logogram Puri Maerakaca
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

1. Logogram ini adalah bentuk gestalt dari beberapa bentuk rumah adat yang ada di Puri Maerakaca, digabung dengan bentuk daun dari tanaman Mangrove yang ada di Puri Maerakaca sebagai salah satu tempat wisata yang paling sering dikunjungi. Terdapat lingkaran diluar yang mengikuti

sebagian bentuk dari bentuk gestalt tersebut yang juga memiliki arti tersendiri. Logogram ini boleh terpisah dengan logotype, asalkan masih pada batas wajar, dan warna tidak boleh dirubah.

2. Logotype

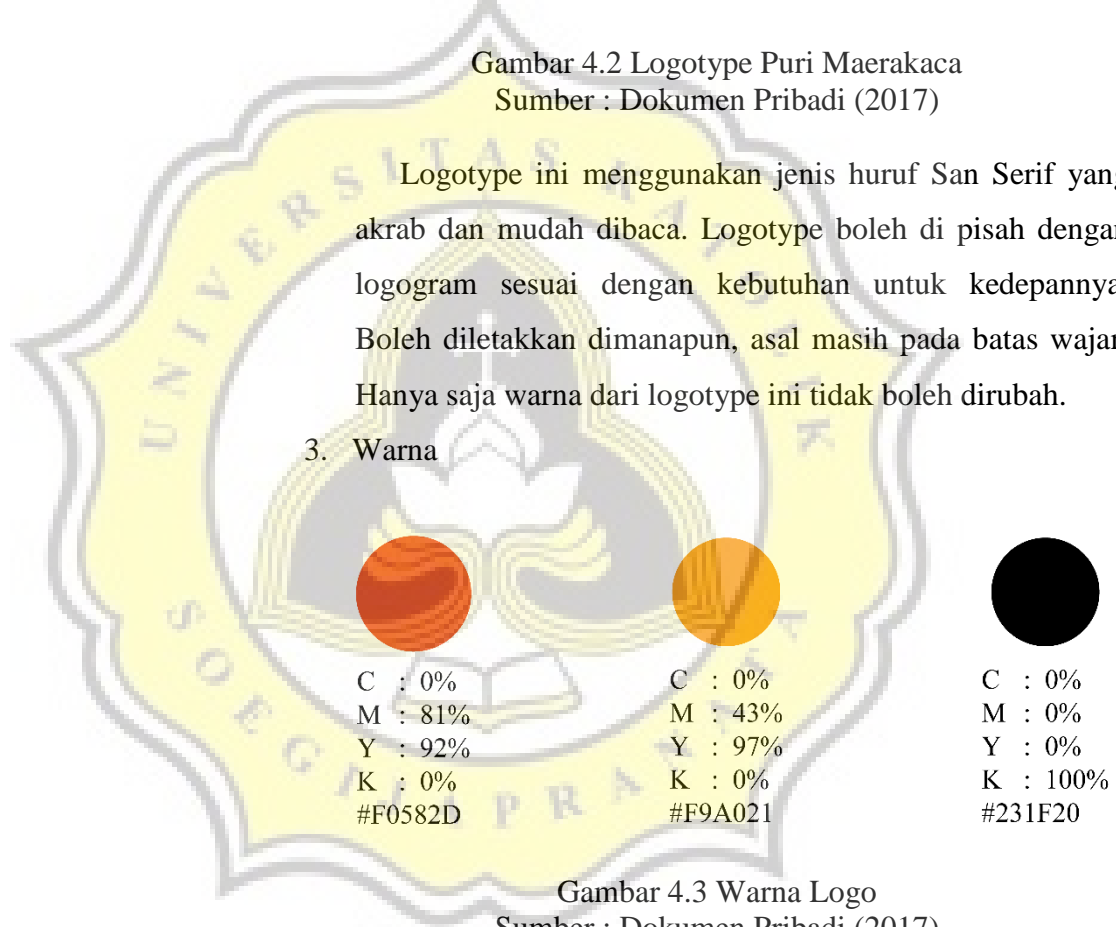
Puri Maerakaca

TAMAN WISATA JAWA TENGAH

Gambar 4.2 Logotype Puri Maerakaca
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Logotype ini menggunakan jenis huruf San Serif yang akrab dan mudah dibaca. Logotype boleh di pisah dengan logogram sesuai dengan kebutuhan untuk kedepannya. Boleh diletakkan dimanapun, asal masih pada batas wajar. Hanya saja warna dari logotype ini tidak boleh dirubah.

3. Warna



Gambar 4.3 Warna Logo
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

4. Jenis Tipografi

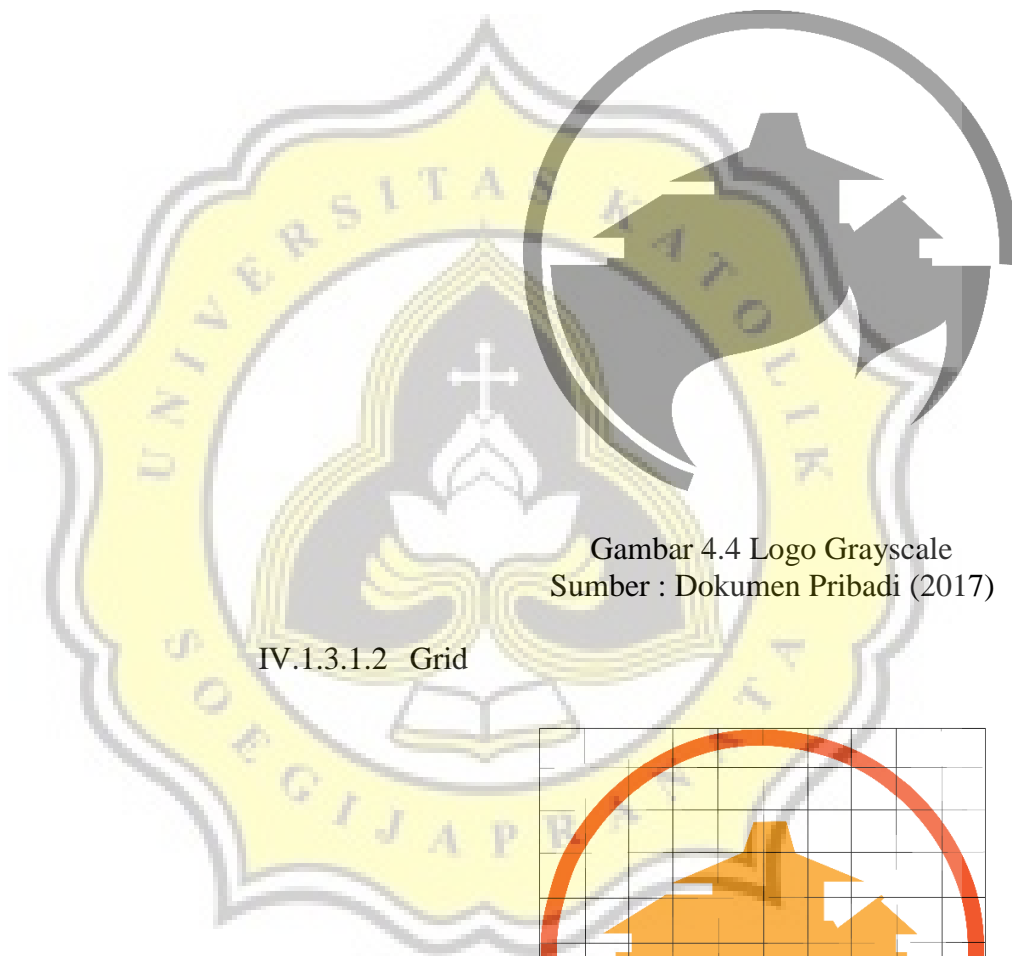
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 : " ()

Font Utama

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
 Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
 Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 : " ()

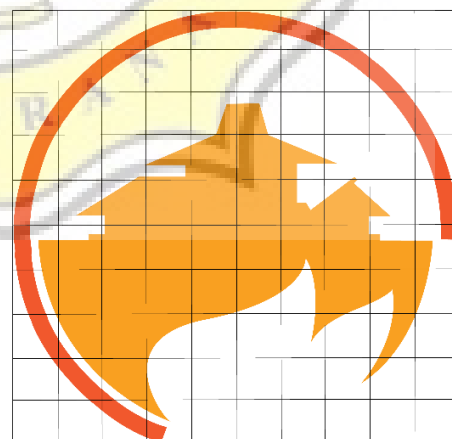
Font Pendukung

IV.1.3.1.1 Grayscale



Gambar 4.4 Logo Grayscale
 Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

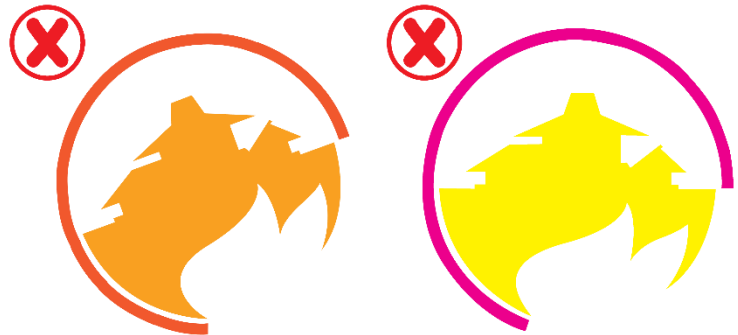
IV.1.3.1.2 Grid



Gambar 4.5 Grid Logo
 Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Aturan standarisasi yang harus dipatuhi dengan pengukuran setiap kotak jarak 0,5 cm.

IV.1.3.1.3 Aplikasi Benar dan Salah



Gambar 4.6 Aturan Logo 1
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Dalam pengaplikasian logo, tidak diperbolehkan merubah arah miring ke kiri maupun ke kanan, dan tidak diperbolehkan merubah warna pada logo.



Gambar 4.7 Aturan Logo 2
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

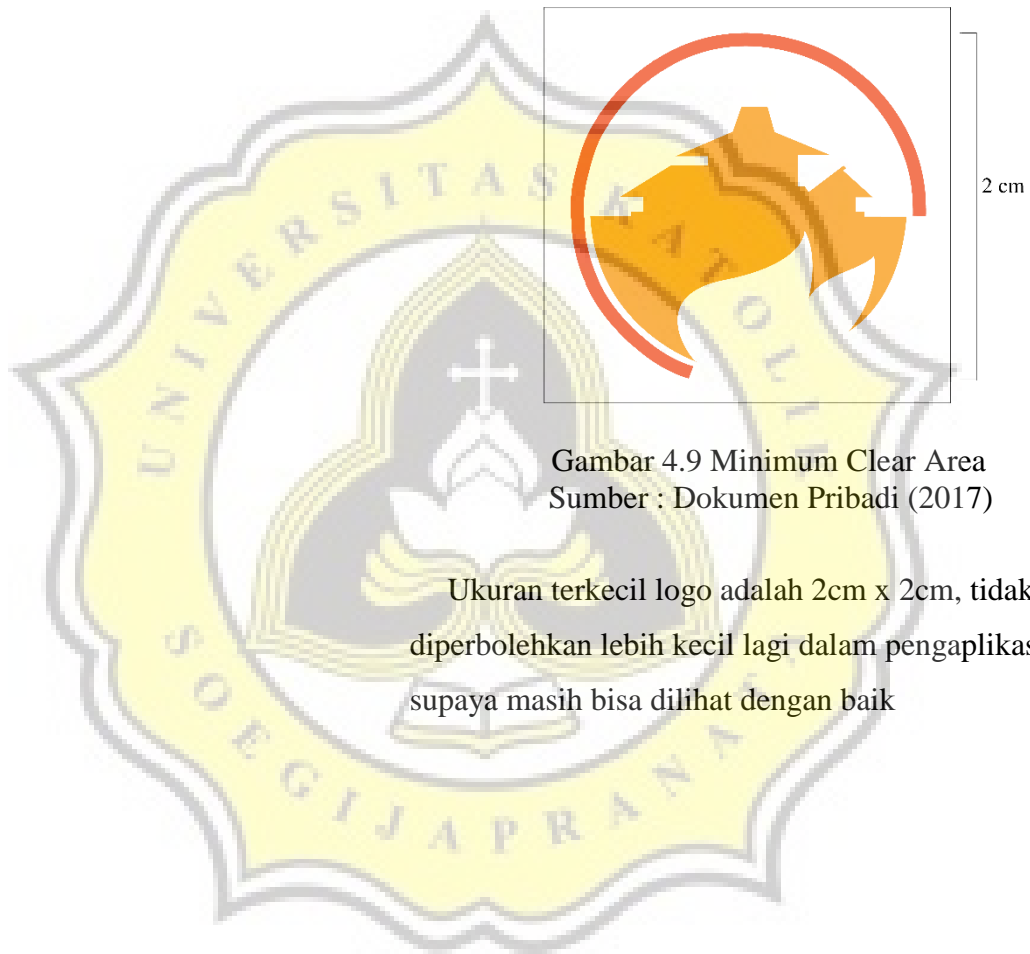
Pengaplikasian logo pada media tidak diperbolehkan ditarik ke samping maupun ke atas atau kebawah.



Gambar 4.8 Aturan Logo 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Peletakan Logotype yang benar, aturan logogram tidak selalu ada logotype, namun disarankan diletakkan seperti ini agar mudah dibaca dan enak dipandang.

IV.1.3.1.4 Minimum Clear Area



Gambar 4.9 Minimum Clear Area
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Ukuran terkecil logo adalah 2cm x 2cm, tidak diperbolehkan lebih kecil lagi dalam pengaplikasian supaya masih bisa dilihat dengan baik

IV.3.1.2 Media Promosi

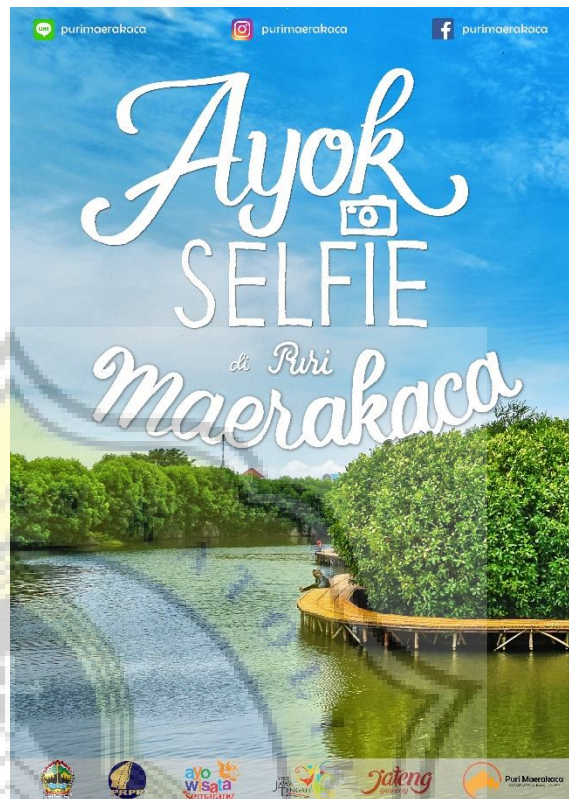
IV.3.1.2.1 Poster, Baliho, Neon Box tahap Kognisi



Gambar 4.10 Poster Kognisi
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Pada tahap Kognisi, bahasa yang digunakan yaitu “Dolan Puri Maerakaca Kuy!” yang sifatnya persuasif atau ajakan. Di aplikasikan ke poster yang akan disebar di beberapa sekolah di Semarang, baliho yang dipasang di setiap pintu masuk dan keluar wilayah Semarang (Demak, Kendal, dan Ungaran), dan neon box yang akan dipasang di stasiun dan bandara di Semarang.

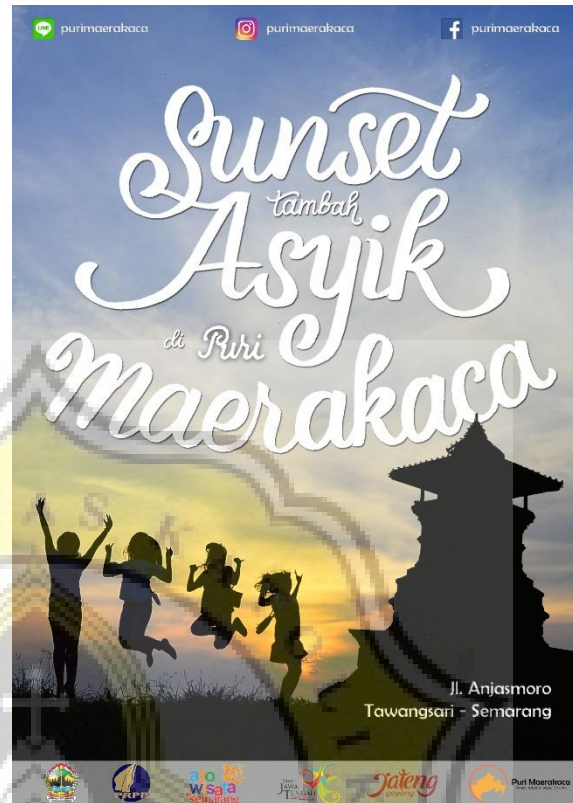
IV.3.1.2.2 Poster Afeksi



Gambar 4.11 Poster Afeksi
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Pada poster tahap Afeksi, bahasa yang digunakan yaitu “Ayok Selfie di Puri Maerakaca”. Di aplikasikan ke poster yang akan disebar di beberapa sekolah di Semarang, baliho yang dipasang di setiap pintu masuk dan keluar wilayah Semarang (Demak, Kendal, dan Ungaran), dan neon box yang akan dipasang di stasiun dan bandara di Semarang.

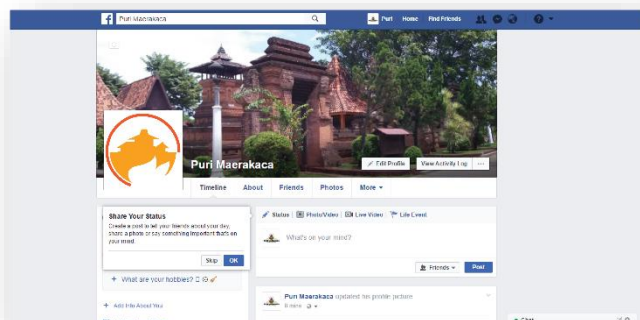
IV.3.1.2.3 Poster Changing Behavior



Gambar 4.12 Poster Changing Behavior
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

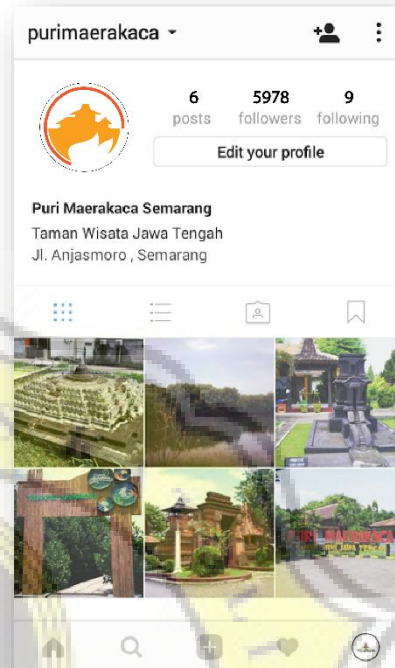
Pada poster tahap *Changing Behavior*, Bahasa yang digunakan yaitu “Sunset tambah Asyik di Puri Maerakaca”. Di aplikasikan ke poster yang akan disebar di beberapa sekolah di Semarang, baliho yang dipasang di setiap pintu masuk dan keluar wilayah Semarang (Demak, Kendal, dan Ungaran), dan neon box yang akan dipasang di stasiun dan bandara di Semarang

IV.3.1.2.4 Facebook



Gambar 4.13 Contoh Media Sosial Facebook
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

IV.3.1.2.5 Instagram



Gambar 4.15 Contoh Media Sosial Instagram
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

IV.3.1.2.6 Line Official



Gambar 4.16 Contoh Media Sosial Line Official
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

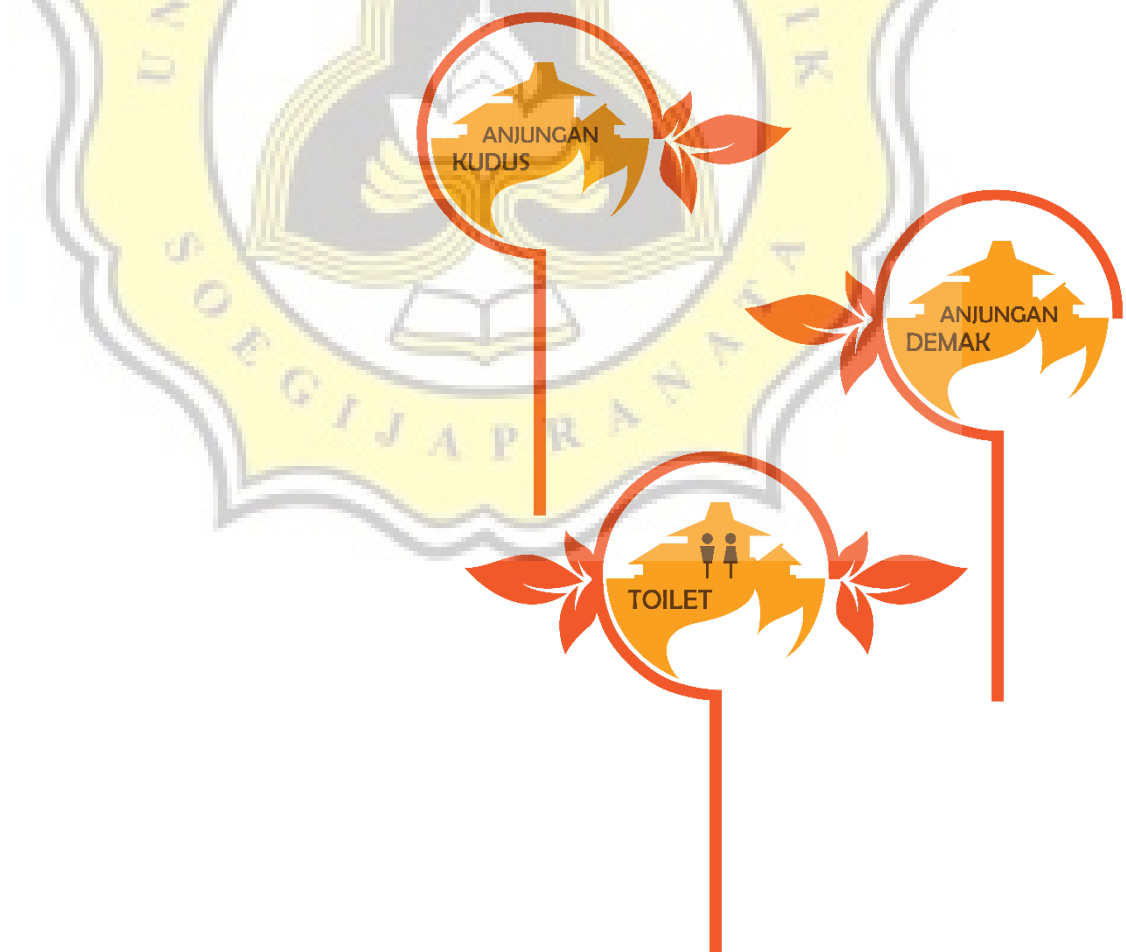
IV.3.1.2.7 Website



Gambar 4.17 Contoh Tampilan Website
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

IV.3.1.3 Produk Turunan

IV.3.1.3.1 Signage



Gambar 4.18 Signage Puri Maerakaca
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

IV.3.1.3.2 Entrance Gate



Gambar 4.19 Entrance Gate Puri Maerakaca
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

IV.3.1.3.3 Ticket Booth



Gambar 4.20 Ticket Booth
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

IV.3.1.3.4 Tiket Gelang



Gambar 4.21 Tiket Gelang Puri Maerakaca
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Tiket Gelang diberikan pada saat membeli tiket di pintu masuk Puri Maerakaca, sebagai bukti telah membayar tiket masuk.

IV.3.1.3.5 Tiket Wisata



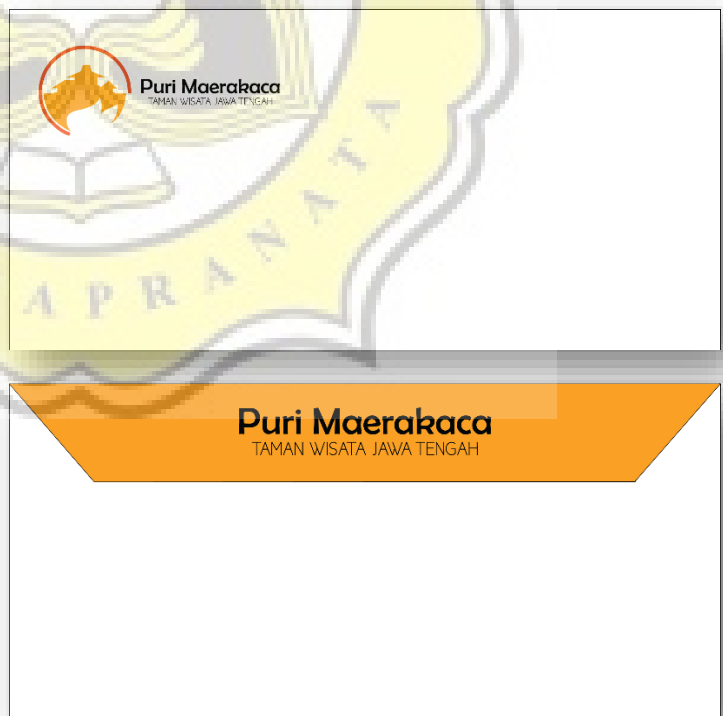
Gambar 4.22 Tiket Wisata Puri Maerakaca
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

IV.3.1.3.6 Maskot



Gambar 4.23 Maskot Puri Maerakaca
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

IV.3.1.3.7 Amplop



Gambar 4.24 Amplop Puri Maerakaca
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

Puri Maerakaca
TAMAN WISATA JAWA TENGAH

Kontak :
 Alamat : Jl. Sekeloa Baru No. 100
 Telp : 0271-700000
 Faks : 0271-700000
 Email : purimaerakaca@gmail.com

MAP

Puri Maerakaca

Facebook: Puri Maerakaca

IV.3.1.3.9 Brosur dan Guide Map



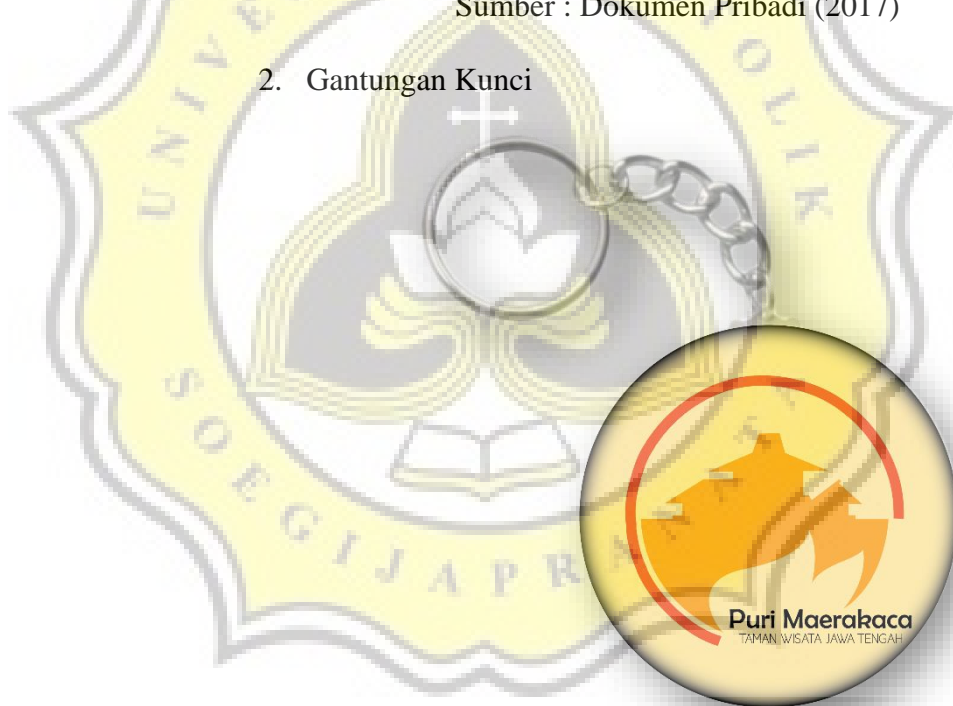
IV.3.1.4 Merchandise

1. Pin / Bross



Gambar 4.27 Pin / Bross
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

2. Gantungan Kunci



Gambar 4.28 Gantungan Kunci
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

3. Paper Bag



Gambar 4.29 Paper Bag
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

4. Botol Minum



Gambar 4.30 Botol Minum
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

5. Stiker



Gambar 4.31 Stiker
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

6. Mug



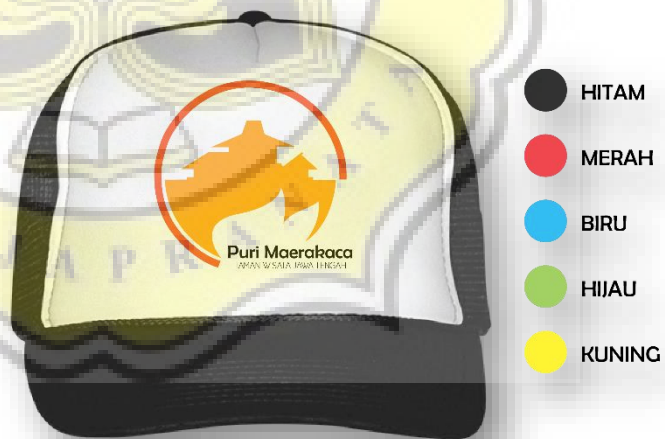
Gambar 4.32 Mug
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

7. Notes



Gambar 4.33 Notes
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

8. Topi



Gambar 4.34 Topi
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)